

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

LARISSA MRYCZKA ABOU NOUH

HOTEL PLANALTO: POTENCIAL PARA A ASSOCIAÇÃO DE HOTÉIS
ROTEIRO DE CHARME

PONTA GROSSA

2009

LARISSA MRYCZKA ABOU NOUH

**HOTEL PLANALTO: POTENCIAL PARA A ASSOCIAÇÃO DE HOTÉIS
ROTEIROS DE CHARME**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado para a graduação do
título de Bacharel em Turismo na
Universidade Estadual de Ponta
Grossa.

Orientador: Prof. Ms. Márcia Maria
Dropa

PONTA GROSSA

2009

Dedico a minha mãe, Márcia.

*Obrigada pelo amor, carinho e
apoio de sempre...*

AGRADECIMENTOS

A Deus: *Por estar presente em minha vida, iluminando e seguindo meus passos.*

A minha Mãe: *A melhor de todas! Exemplo de vida!*

A minha Família: *Pelo Apoio e carinho. Essenciais!*

Aos Amigos e Colegas (antigos): *Sempre presentes no coração, apesar da distância e dos novos rumos. Saudade!*

Aos Amigos e Colegas de turma: *Obrigada pelos melhores 4 anos da minha vida! Passamos por tanta coisa juntos: nas aulas, nos Chopp Tour, nas festas, nos churrascos, nas viagens, nos esquentas, nos almoços, nos estágios, nas novas descobertas, nos encontros de Turismo, nos desfiles, nas recepções, nos congressos, na pracinha, no café, na Manarim, no departamento. Quanta saudade já sinto... Levo vocês comigo! Sucesso a todos!*

Aos Professores: *Pelo novo caminho e novos ensinamentos. Sabedoria!*

A Professora Márcia Dropa: *Pela paciência, sinceridade e carinho. Dedicção!*

Ao Hotel Planalto: *Pela primeira oportunidade de estágio e o atual emprego. "A melhor equipe de Hotelaria dos Campos Gerais!"*

RESUMO

O objetivo deste trabalho é a inserção do Hotel Planalto na Associação de Hotéis Roteiros de Charme por meio da apresentação do seu histórico e das principais características do Hotel Planalto como um potencial para o Roteiro. Durante o desenvolvimento do trabalho são apresentadas definições de turismo, hotelaria, hotéis de charme, assim como a Associação de Hotéis Roteiros de Charme, os hotéis de charme no Brasil, históricos da hotelaria e do Hotel Planalto, a proposta de inserção para a participação e suas vantagens e fotos comparativas do hotel. A metodologia utilizada foi pesquisa descritiva e qualitativa, buscando informações em fotos e históricos no Museu Campos Gerais e na Casa da Memória, site da Associação de Hotéis Roteiros de Charme e entrevistas com proprietários e hóspedes. Este trabalho contribuiu para diferenciar o Hotel Planalto dos demais hotéis pelas suas características singulares e seus serviços, agregando assim valor ao seu trabalho, admiração das pessoas e conquista de novos clientes e que este pode entrar na Associação de Hotéis Roteiros de Charme.

Palavras-chave: Turismo, Hotelaria, Roteiro de charme.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – Mapa Rodoferroviário do Paraná	15
TABELA 1 – Histórico hotelaria em Ponta Grossa	16
FIGURA 2 – Hotel Palermo, considerado o 1º hotel da Cidade	18
FIGURA 3 – Lançamento da pedra fundamental do Palace Hotel	19
FIGURA 4 - Construção do Palace Hotel em 1939	20
FIGURA 5 - A construção da 3ª laje do Palace Hotel em 1939	20
FIGURA 6 - O ex-presidente Getulio Vargas discursando em uma das sacadas do Palace Hotel	21
FIGURA 7 - O Palace Hotel em 1963	22
FIGURA 8 – Estados participantes da Associação de Hotéis Roteiros de Charme	30
TABELA 2 – Hotéis participantes da Associação de Hotéis Roteiros de Charme no Brasil	31
TABELA 3 - Características dos Hotéis do Roteiro Charme e do Hotel Planalto	36
FIGURA 9 - Fachada Hotel Planalto em 1975	41
FIGURA 10 - Fachada Hotel Planalto em 2007	41
FIGURA 11 - Apartamento Hotel Planalto 1975	42
FIGURA 12 - Apartamento Hotel Planalto 2009	42
FIGURA 13 - Sala de Estar Hotel Planalto em 1975	43
FIGURA 13 - Sala de Estar Hotel Planalto em 2007	43

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
Capítulo I – Turismo, Hospitalidade, Hotelaria e Patrimônio Cultural	3
Capítulo II – Histórico hotelaria e histórico hotelaria em Ponta Grossa	9
2.1. Histórico hotelaria	9
2.2. A hotelaria no Brasil	12
2.3. A hotelaria em Ponta Grossa	14
2.4. Histórico Hotel Planalto	17
Capítulo III – Roteiros de Charme	26
3.1. Hotéis de charme	26
3.2. A Associação de Hotéis Roteiros de Charme	28
3.2.1. Os Hotéis da Associação Roteiros de Charme no Brasil	29
3.2.2. Como candidatar-se a Associação de Hotéis Roteiros de Charme	33
3.2.3. As vantagens de participar da Associação de Hotéis Roteiros de Charme	35
3.3. Proposta para inserir o Hotel Planalto na Associação de Hotéis Roteiros de Charme	36
3.4. Pesquisa de demanda	38
3.5. O Antigo (1975) e o Novo (2009) – Algumas características históricas	40
Considerações Finais	45
Referências	47
ANEXO A	49
ANEXO B	58

INTRODUÇÃO

A preocupação das pessoas em sair da rotina, sendo bem atendidas com conforto e atenção, buscando locais diferenciados que possuem charme e autenticidade, são algumas das características do perfil de um hóspede que procura a Associação de Hotéis Roteiros de Charme, que serão apresentadas nesta pesquisa.

Esta pesquisa teve como objetivo apresentar o histórico e as principais características do Hotel Planalto como um potencial para participação na Associação de Hotéis Roteiros de Charme.

O Hotel Planalto, além do atendimento diferenciado, possui características que se destacam como a arquitetura, localização central, preocupação com detalhes e decoração e é um espaço que serviu de cenário onde ocorreram diferentes histórias, como a visita do ex-presidente Getulio Vargas e a hospedagem de artistas famosos como Nelson Gonçalves e Martinho da Vila, podendo ser considerado assim um patrimônio cultural para a cidade de Ponta Grossa. Com todas essas características pode-se considerá-lo um hotel de charme (hotéis que se destacam por suas histórias, estarem estabelecidos em prédios com arquitetura de época e que preocupam-se com detalhes na decoração e serviços), com capacidade a candidatar-se à Associação de Hotéis Roteiro de Charme.

A metodologia utilizada no trabalho foi pesquisa descritiva e qualitativa, evidenciando a busca de informações em fotos e históricos no Museu Campos Gerais e Casa da Memória (pesquisa em álbuns de fotos e jornais) e site da Associação de Hotéis Roteiros de Charme, além do próprio acervo do hotel,

entrevistas com clientes e proprietários do hotel, assim como pesquisa sobre as temáticas de hotelaria, patrimônio e turismo. Para que o trabalho pusesse ser concretizado, o embasamento teórico pautou-se em diversos autores como Geraldo Castelli, Margarita Barretto e Índio Cândido, além de outros autores.

Este trabalho apresentará no 1º Capítulo: Turismo, Hospitalidade, Hotelaria e Patrimônio Cultural, as definições de turismo, hospitalidade, hotelaria e patrimônio cultural e a ligação existente entre esses conceitos com a abordagem do tema escolhido.

Já no 2º Capítulo: Histórico hotelaria e histórico hotelaria em Ponta Grossa, encontram-se breves históricos da hotelaria mundial, brasileira, da cidade de Ponta Grossa e do Hotel Planalto.

Por fim, no 3º Capítulo: a Associação de Hotéis Roteiros de Charme, características para participação, algumas definições de hotel de charme e os hotéis no Brasil. Além da proposta de inserção do hotel no Roteiro e suas vantagens, uma pesquisa de demanda realizada com os clientes, uma comparação entre fotos antigas e atuais e a opinião dos proprietários sobre a participação no Roteiro.

Como resultado, através de comparações, pode-se confirmar que o Hotel Planalto possui as características necessárias para candidatar-se à Associação de Hotéis Roteiro de Charme e que há interesse de inserção por parte da diretoria do hotel de preservar ainda mais a sua identidade participando do Roteiro.

Capítulo I: Turismo, Hospitalidade, Hotelaria e Patrimônio Cultural

O turismo está inserido no terceiro setor da economia, setor que envolve a comercialização de produtos e o oferecimento de serviços (comerciais, pessoais e comunitários) a terceiros. Estes serviços estão relacionados entre si, um dependente do outro, são eles: transportes, hospedagem, gastronomia, agências de viagens e receptivo, etc.

A atividade turística não consiste apenas em viajar, mas também em descobrir e conhecer lugares, pessoas, histórias, festas, tradições, é sair da rotina. Para o turista o que importa é a experiência vivida, ser bem recebido e ter tratamento adequado no local visitado. O turista procura conhecer, passear, desfrutar de outro lugar diferente daquele em que mora, também viaja a negócios, busca aventuras ou eventos técnico-científicos. Lundenberg (1974, p. 25) define o turismo como

uma atividade de transporte, cuidado, alimentação e entretenimento do turista; tem um grande componente econômico, mas suas implicações sociais são bem mais profundas. Estimula o interesse no passado, na arquitetura e na arte.

A opinião de Faria (2009), complementa esta afirmação quando fala sobre os serviços que a atividade presta:

o turismo é um fenômeno complexo e abrangente que envolve não só viagens, mas toda uma cadeia de bens e serviços como cultura, gastronomia, compras, negócios, teatro, dança, música, artesanato, eventos, transporte, segurança e entretenimento. Movimenta mais de cinquenta segmentos da economia e é um dos principais geradores de divisas para um país.

Além de gerar divisas para um país, a atividade turística possui como fatores positivos a geração de emprego, desenvolvimento econômico da região, estimulando também a venda de artesanatos e produtos locais,

melhoria de equipamentos e infra-estrutura de apoio, proteção e conservação do meio ambiente e culturas e o intercâmbio entre a comunidade e o turista. Mas para o turismo se desenvolver, deve contar com parcerias tanto privadas como a da comunidade local (que deve estar inserida nas atividades, participando de projetos e alicerçando a atividade) e da parceria pública (que elabora os projetos e que também pode incentivá-los).

A hospitalidade existe desde a necessidade que o homem teve de se deslocar para outros locais necessitando de abrigo e comida em lugares desconhecidos. Hospitalidade é o desejo de acolher e encantar o visitante, envolvendo um conjunto de estruturas, serviços e atitudes.

Segundo Castelli (2005), a hospitalidade está associada à amizade, à generosidade, às práticas de boas maneiras e possui quatro princípios básicos: a segurança, a cortesia, o contato e a coerência (coerência entre a oferta proposta: decoração, música ambiente, móveis, e serviços) estes segundo ele, são princípios necessários para uma boa acolhida. Boa ou má, a impressão do visitante será levada de acordo de com a sua acolhida. A hospitalidade pode ser expressada de diferentes formas como: na comunicação (pelos traços arquitetônicos, uniformes, sinalização, decoração e música ambiente) ou por gestos e sinais (aperto de mão, sorriso, inclinação de cabeça). Ao perceber a preocupação com esses detalhes, o cliente acredita que será bem cuidado.

Na prestação de serviços, a hospitalidade é uma das principais características e agrega valor a estes. Para se prestar serviços com hospitalidade é necessário um pessoal qualificado para que o cliente tenha um atendimento personalizado e sinta-se acolhido, essa é uma das necessidades

das pessoas, que buscam mais atenção. A hospitalidade é um incremento da hotelaria, que possui o sorriso como seu maior símbolo, pois além de desejar boas-vindas, significa uma quebra do gelo e mostra que o cliente foi reconhecido, essa característica pode vir a tornar-se o diferencial do empreendimento, a sua marca, diferenciando-o assim no mercado.

A hotelaria talvez seja a organização que melhor aplica a hospitalidade nos dias de hoje, por isso ela não deve estar presente somente nas boas-vindas, mas também na atenção durante a estada do hóspede e na sua despedida, envolvendo todos os setores do hotel. Na hotelaria a maior referência de hospitalidade é a marca Ritz,¹ nos hotéis da rede a filosofia de trabalho é “Damas e cavalheiros servindo damas e cavalheiros”, assim colaboradores e clientes sentem-se iguais, facilitando o tratamento entre eles. Castelli (2005) afirma que os verdadeiros hoteleiros são hospitaleiros. Estes devem fazer com que o hóspede sinta-se em casa com segurança, conforto e bem-estar, sabendo antecipar-se às necessidades (tanto fisiológicas, como psicológicas e sociais) e aos desejos do cliente.

Algumas das características principais da hospitalidade podem ser encontradas como condições necessárias para a participação na Associação de Hotéis Roteiros de Charme, (serão apresentadas no 3º capítulo deste trabalho) são algumas delas: o charme (identificado na preocupação com detalhes e decoração), conforto (equipamentos modernos, necessários para o

¹ Conhecido como o Rei dos Hoteleiros e o Hoteleiro dos Reis. Trabalhou em diversos hotéis até construir o próprio empreendimento, melhorando os serviços hoteleiros, introduziu banheiros individuais e suítes.

bem-estar do hóspede) e o atendimento personalizado para que o hóspede sinta-se acolhido e importante.

Entre os serviços que envolvem a atividade turística, destacam-se os meios de hospedagem, que possuem papéis fundamentais na atividade assim como a alimentação. São exemplos de hospedagem: pousadas, albergues, resorts, motéis, hotéis, pensões, etc. Segundo Candido e Viera (2003), a hotelaria tem sua história configurada desde os primeiros Jogos Olímpicos. Porém foi com a Revolução Industrial e a expansão do capitalismo, que a hospedagem passou a ser tratada como uma atividade econômica e explorada comercialmente como pousadas, hotéis, pensões e hospedarias.

Souza e Mendonça (2000, p. 78), classificam o hotel como

um edifício onde se exerce o comércio da recepção e hospedagem de pessoas em viagem ou não, e se oferecem serviços parciais ou completos, de acordo com a capacidade da oferta, as necessidades ou as requisições da demanda.

Os serviços podem ser de recepção, alimentação leve e bebidas, guarda bagagens, conservação, arrumação e limpeza de instalações e equipamentos.

A hotelaria pode ser considerada um dos elementos essenciais da atividade turística, além de ser grande geradora de empregos. Candido (2003, p. 49) justifica:

os hotéis são considerados empresas que visam lucro. O seu produto vendido se enquadra no setor econômico de bens e serviços, e é o fornecimento de hospedagem, alimentação, entretenimento, segurança; fazendo com que seus hóspedes tenham bem estar, em troca disso estes pagam um valor por esses serviços.

Serviços estes que são intangíveis (segurança, conforto, qualidade, descanso etc.), que devem oferecer o que o cliente busca e atender cada vez mais as suas necessidades e os seus desejos.

A classificação dos hotéis pode depender da motivação da demanda/clientela (hotéis de lazer, de negócios, de eventos, de saúde (spas), entre outros); da organização, da localização, dos serviços, entre outros quesitos.

Grinover (2002) acredita que a troca de valores entre visitante e visitado proporciona uma forma de riqueza de conhecimentos, que modifica a visão de mundo e acrescenta valores inconfundíveis ao relacionamento humano. Dessa forma, pesquisas têm mostrado que as pessoas estão cada vez mais buscando conhecer características históricas e referenciais de memória, acreditam que conhecer o passado ajuda a compreender o presente e ajuda a fortalecer a identidade. Os patrimônios (monumentos, objetos, culturas) são considerados essa ponte entre o passado e o presente e dão uma sensação de continuidade a vida. Segundo o IEPHA (Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais, 2009),

patrimônio cultural é a soma dos bens culturais de um povo, que são portadores de valores que podem ser legados a gerações futuras. É o que lhe confere identidade e orientação, pressupostos básicos para que se reconheça como comunidade, valores ligados à pátria, à ética e a à solidariedade e estimulando o exercício da cidadania, através de um profundo senso de lugar e continuidade histórica.

Estes patrimônios devem ser conservados para que se mantenha a sua história e o seu valor. Conservar significa manter, guardar para que haja uma permanência no tempo.

Nos dias atuais, em que o mundo está cada vez mais individualista, as pessoas estão à procura de semelhanças, traços em comum, com o seu

passado para que possam manter a sua continuidade. Traços esses que ajudam a interpretar e a viver o presente. Barretto (2000, p. 46) acredita que

manter algum tipo de identidade (...) parece ser essencial para que as pessoas se sintam seguras, unidas por laços extemporâneos a seus antepassados, a um local, a uma terra, a costumes e hábitos que lhes dão segurança, que lhes informam quem são e de onde vêm, enfim, para que não se percam no turbilhão de informações, mudanças repentinas e quantidade de estímulos que o mundo atual oferece.

A utilização de um patrimônio, além de reavivar histórias, caracteriza um povo, uma cultura através de seus elementos (língua, dança, arquitetura, gastronomia, etc), serve também para que as comunidades conheçam sua história e aprendam a valorizá-la, dessa forma aprendem a não depredar ou destruir um patrimônio. Os patrimônios históricos e culturais estão cada vez mais valorizados no mercado do turismo, pois são singulares, esse conhecimento passa a ser importante para a comunidade local, que pode utilizar-se disso para formatar um atrativo e até lucrar com ele.

O Hotel Planalto, objeto deste estudo, pode ser considerado um patrimônio cultural da cidade de Ponta Grossa, pois possui características históricas relevantes no que concerne a sua localização, a sua arquitetura, bem como espaço onde histórias diferenciadas serviram de cenário. Essas características serão apresentadas no Capítulo 3, evidenciando assim sua possível inserção no Roteiro de Hotéis de Charme. É um hotel que participa do desenvolvimento da cidade desde o início da sua construção até os dias atuais. Através da manutenção de sua arquitetura e recuperação de fotos antigas locais, o hotel vêm apresentando e valorizando a história e a vida cotidiana local aos seus clientes e visitantes.

Capítulo II: Histórico hotelaria e histórico hotelaria em Ponta Grossa

2.1. Histórico hotelaria

Sabe-se hoje que hospedar pessoas é uma atividade antiga. Acredita-se que o início das hospedagens deve ter sido na época em que as pessoas necessitavam viajar para praticar o comércio (compra e venda de produtos), assim hospedavam-se em residências com quartos para alugar.

Segundo Cândido e Viera (2003), na Grécia em 776 a.C., foi erguida a primeira hospedaria para abrigar visitantes para os Jogos Olímpicos. Além da vontade de assistir os jogos e do comércio, as pessoas viajavam para participar de cerimônias religiosas e das guerras, conquistando novas terras.

No século IV a.C., os romanos começaram a construção de novas estradas, caminhos para expansão do seu território, o que impulsionou fortemente a hospedagem na época, pois as pessoas ao viajarem necessitavam de alojamentos, inicialmente eram casas particulares, hospedarias e acampamentos, ao longo de suas estradas multiplicaram-se o número de abrigos.

Os quartos eram divididos entre várias pessoas, os banheiros não eram privativos e como não havia funcionários, os hóspedes mesmos é que se serviam. Nessas hospedarias o conforto, a higiene e a privacidade não eram as principais características da hospedagem como são hoje, não podendo assim ser comparados aos serviços e equipamentos que a hotelaria possui nos dias atuais. As classes mais importantes e abastadas hospedavam-se nos chamados “hostellum”, palacetes que abrigavam reis e nobres.

Na Idade Média, as pessoas ainda viajavam por obrigação, com a oficialização do Cristianismo (as viagens religiosas se intensificaram, assim como as hospedarias e pousadas, as quais abrigavam com maior conforto as autoridades eclesiásticas e suas comitivas compostas por vários criados) e o surgimento do Islamismo (necessidade de divulgar a nova fé) aumentou o número de viagens e de pousadas nos caminhos.

No período das Cruzadas, mosteiros, abadias e estalagens, passaram a abrigar também os viajantes, principalmente soldados e peregrinos. Com o aumento das guerras e junto a elas as pestes e epidemias, surgiram os hospitais, que atendiam pessoas doentes e sadias.

Por volta de 1420, as pessoas passaram a procurar por qualidade nos serviços oferecidos. Na França todos os estabelecimentos deveriam ser cadastrados e na Inglaterra estabeleceram-se regulamentos e o governo passou a verificar o seu cumprimento, desta forma ofereciam segurança e credibilidade aos clientes.

Foi na Idade Moderna que as viagens intensificaram-se, surgiram albergues e as hospedarias ofereciam novos serviços como alimentação, troca de cavalos, reparo nas carruagens, estábulo e depósito para os hóspedes e viajantes. Com o passar do tempo as mesas passaram a ser fartas, os quartos mais luxuosos oferecendo banho para os viajantes. Surgiu na França o primeiro tarifário e guia para hospedagens, os quais possuíam preços e eram divulgados em placas e cartazes.

Segundo Cândido e Viera, (2003, p.32)

em 1650 acontece uma expansão marcante na hotelaria européia com a evolução dos meios de transporte constituídos nessa época pelas carruagens e diligências puxadas a cavalo. Além dessa expansão, modificações ocorreram na Europa e na América do Norte como: nas hospedarias européias foram introduzidas placas indicativas para anunciar a boa cozinha; nos Estados Unidos uma lei obrigou todas as cidades a dispor de uma hospedaria.

A Revolução Industrial foi responsável pelo crescimento da hotelaria mundial, os empresários passaram a explorar mais a hospedagem de viajantes, construindo prédios de mais andares para a instalação de suas empresas hoteleiras. Surgiram hotéis em diversos países e novas técnicas de construção e tecnologia.

Com a ampliação das ferrovias a concorrência entre hotéis aumentou, o que passou a importar na decisão dos clientes foi a localização próxima as estações ferroviárias.

Para Cândido e Viera (2003), a atividade turística cresceu quando Tomas Cook, em 1845 organizou uma viagem para um grande grupo de pessoas, iniciando o turismo planejado. Cook foi também o criador da primeira agência de viagens e dos vouchers. Mas o grande impulso para o desenvolvimento da hotelaria moderna ocorreu quando o transporte aéreo foi melhorado, assim como navios tornaram-se sofisticados e foram criadas linhas especiais de ônibus para transportes de passageiros. Os grandes hotéis passaram a oferecer iluminação elétrica, banheiros individuais e restaurantes.

Ao final da Segunda Guerra Mundial, iniciou-se o transporte de massas pelos grandes jatos transatlânticos. A Europa passou a dar maior importância a hotelaria e ao seu desenvolvimento. A partir da década de 80, os hotéis

passaram a diversificar-se, profissionalizando o segmento, criando um marketing específico para o setor e áreas para convenção.

Na Europa considera-se como marco inicial da hotelaria a inauguração do Hotel Ritz em Paris, hoje referência em luxo e sofisticação de hotéis, construído por César Ritz, um dos mais importantes hoteleiros do mundo. Na América, mais precisamente nos Estados Unidos, considera-se a construção do Hotel Tremont House como um dos principais marcos da hotelaria, assim como o Buffalo Statler Hotel, o primeiro hotel voltado para o público executivo.

Para Cândido e Viera (2003) a preocupação da hotelaria nos dias de hoje não é só com a infra-estrutura, mas também com o atendimento e a diversificação dos serviços prestados e oferecidos aos hóspedes. Para isso os funcionários tem sido treinados e qualificados. Estão sendo criados cursos para a qualificação de profissionais hoteleiros para auxiliar na formação. A contratação destes está ficando cada vez mais rigorosa, procura-se por idiomas, experiência na aérea e cursos, pois os hóspedes estão mais exigentes, é preciso saber atender às novas necessidades e desejos destes.

2.2. A hotelaria no Brasil

Cândido e Viera (2003) afirmam que no Brasil as hospedagens iniciaram junto às capitanias hereditárias, pela necessidade de descanso dos viajantes. As hospedarias e pensões eram administradas por portugueses. As pensões ainda dividiam espaço com a residência dos proprietários e mercearias no mesmo prédio.

Em Minas Gerais, na rota do ouro, surgiram as primeiras hospedarias comerciais, que abrigavam militares, tropeiros e comerciantes. Em alguns casos as hospedagens eram pagas em pedras preciosas.

Em 1808, os brasileiros puderam abrir seus próprios negócios, com isso hospedarias e pensões foram instaladas nas principais cidades. O marco da hotelaria do Rio de Janeiro e também do Brasil foi o Copacabana Palace Hotel que foi inaugurado em 1923.

Neste período no Rio de Janeiro e em São Paulo, o principal atrativo eram os hotéis cassinos, localizados em estâncias hidrominerais e Petrópolis. Mas em 1946 uma lei decretou o fechamento dos cassinos e os problemas iniciaram: desempregos, fechamentos e paralizações de hotéis. Assim o Rio de Janeiro passou a ser o atrativo mais procurado por possuir grandes belezas naturais.

Com a criação na década de 60 da EMBRATUR, hoje Instituto Brasileiro de Turismo, houve um crescimento no setor do turismo e da hotelaria: surgiram novas estradas ligando o país, rodovias asfaltadas, os transportes passaram a modernizar-se, aeroportos foram melhorados. Em 1972 criou-se a lei de incentivos fiscais para o turismo, assim muitos hotéis passaram a ser construídos.

Com o progresso das comunicações e dos transportes, as viagens aumentaram, assim como passeios e necessidades de boa acomodação. Surgiram então no Brasil as cadeias hoteleiras, tanto nacionais como internacionais.

Na década de 90 o Rio de Janeiro deixou de ser o principal atrativo, pela violência e falta de segurança. As pessoas passaram a fugir do dia-a-dia e procurar locais tranquilos, junto a natureza, como a Amazônia e o Pantanal. Além do Ecoturismo, o turismo de eventos passou a crescer no país. Segundo Candido e Viera (2003, p. 39),

Em virtude disso, a hotelaria nacional cresce a cada dia mais e gera emprego para muitas pessoas. Os hotéis estão sendo construídos cada vez mais com a finalidade de conforto, comodidade e satisfação para o hóspede. O luxo e a ostentação estão sendo substituídos por itens de segurança, facilidades hoteleiras e soluções informatizadas.

Assim, aqueles hotéis que possuem características históricas, as mantêm (utilizando a mesma fachada, a arquitetura do prédio ou mobílias antigas), mas também se adaptam as novas exigências sem deixar o charme e a identidade de lado, preocupando-se em primeiro lugar com o bem-estar do cliente e em atender bem as suas necessidades visando a sua satisfação e o seu retorno.

2.3. A hotelaria em Ponta Grossa

A cidade de Ponta Grossa encontra-se no segundo planalto no Estado do Paraná, em meio a rotas ferroviárias e rodoviárias e muitas belezas naturais. O desenvolvimento dessa região se deu ao caminho das tropas, que passavam por aqui conduzindo o gado com destino a São Paulo. Através dos pousos formaram-se vilas que deram início a cidade. Suas principais atividades eram a agropecuária e a troca de mercadorias, muito influenciadas pelo tropeirismo.

Após o enfraquecimento do tropeirismo, a partir do século XX, o desenvolvimento e a construção das ferrovias marca não só grandes

transformações sociais, políticas, econômicas e culturais na cidade, mas também a hotelaria, que passou a buscar atender as necessidades dos viajantes. Nessa época também ocorreu a vinda dos imigrantes, trazendo novas tradições e culturas, além da mão-de-obra.

Ponta Grossa destacava-se ainda pelas rodovias, o que a caracteriza hoje como maior entroncamento rododiferroviário do país.

Figura 1 – Mapa Rododiferroviário do Paraná



Fonte: Governo do Paraná

Os fazendeiros, na persuasão de apresentar comodidade aos tropeiros, abriram uma subscrição e com o produto dela mandaram construir uma “Casa de Telha”, com seu potreiro, à margem da estrada geral. Os tropeiros satisfeitos pelo agasalho que lhes ofereciam, concediam preferências comerciais aos moradores do bairro, nele se demorando em descanso, mas gastando, o que contribuía para o movimento comercial.

Segundo o Álbum de Ponta Grossa de 1963, esse foi a primeira forma de hospedaria pública na cidade. Com essa afirmação pode-se concluir que a hotelaria em Ponta Grossa iniciou-se de forma familiar: com pensões e hotéis

administrados por moradores da cidade e suas famílias. Destaque especial para a alimentação servida nesse período, comida caseira como feijão tropeiro e mandioca. A divulgação desses meios de hospedagens era feita por anúncios em jornais escritos, com destaque para o Jornal Diário dos Campos, hoje arquivados no Museu Campos Gerais e na Casa da Memória.

No quadro abaixo, pode-se encontrar os principais hotéis do início do século, citados anteriormente, que fizeram parte da história da hotelaria pontagrossense com algumas de suas principais características e proprietários.

Tabela 1 – Histórico hotelaria em Ponta Grossa

HOTEL PALERMO	Considerado o hotel mais antigo e central da cidade, oferecia luz elétrica, banhos quentes e traslado aos hóspedes.	Situava-se próximo a Praça Floriano Peixoto, ao lado da Proex (Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Culturais da Universidade Estadual de Ponta Grossa), marco inicial da cidade. No ano de 1908 mudou-se para onde hoje encontramos o Hotel Planalto. Após um incêndio transferiu-se para a Rua Augusto Ribas.
HOTEL GUZZONI E FRANZE	Iniciou suas atividades em 1900, destaque especial para a culinária e por receber personagens importantes que visitavam a cidade.	Situava-se a Rua Fernandes Pinheiro, próximo a estação ferroviária.
HOTEL CASIMIRO	Inicialmente foi todo construído em madeira. Hospedou o ex-presidente Jânio Quadros.	Funciona há mais ou menos 110 anos, passou por várias modificações. Localiza-se na Rua Fernandes Pinheiro.
HOTEL MACIEL	Foi o primeiro meio de hospedagem da cidade no	Localiza-se ainda no mesmo local na Avenida Visconde de

	bairro de Oficinas, iniciou as atividades com o nome de Pensão Maciel.	Mauá.
--	--	-------

Fonte: FONTOURA, C. C. Monografia de curso – Turismo. **A história da hotelaria no município de Ponta Grossa, PR. Do início do século XX ao início do século XXI.** Ponta Grossa, 2003 - *Organizado pela autora*

A partir do ano de 1970, com a instalação do parque industrial na cidade, os hotéis passaram a se desenvolver com características mais modernas e funcionais (com público e atendimento diferenciados, quartos transformados em apartamentos, novos mobiliários e serviços) o que acarretou na concorrência e na amplitude do mercado, apareceram então novas características e preocupações com a atividade como proporcionar maior conforto a demanda, naquela época empresários e industriais.

Dentre os hotéis apresentados, foi escolhido o Hotel Planalto por ainda estar em funcionamento, conservando as características da época de sua construção como o prédio histórico e a fachada de 1941 aliados à modernidade e às novas exigências de seus clientes, preservando seu charme e sua identidade.

2.4. Histórico Hotel Planalto

Em entrevista o Sr. Franklin Wagner, um dos atuais proprietários e diretores, relatou que em 1915, na esquina das ruas 7 de Setembro e XV de Novembro da cidade de Ponta Grossa, já se existia um hotel, o Hotel Biela, comandado pela própria família Biela. Mais tarde, entre 1928 e 1929, o hotel foi vendido e o novo proprietário passou a chamá-lo de Hotel Palermo.

Figura 2 – Hotel Palermo, considerado o 1º hotel da cidade



Fonte: Acervo Hotel Planalto

O Hotel Palermo funcionou até 1933, quando um grande incêndio o destruiu totalmente. Foi a partir de 1938 que um grupo de pontagrossenses, liderados pelo prefeito do município na época Albany Guimarães, reuniu-se para estudar a possibilidade de construção de um novo e moderno hotel para a cidade, o primeiro hotel de grande porte da região dos Campos Gerais. Várias personalidades apoiaram a idéia, então um grupo de empresários e comerciantes criaram uma empresa, a Empresa de Melhoramentos Urbanos S/A – EMUSA, que tinha como objetivo a criação de um hotel à altura do desenvolvimento da cidade de Ponta Grossa, que na época iniciava seu destaque como o maior entroncamento rodoferroviário do país.

Figura 3 – Lançamento da pedra fundamental do Palace Hotel



Fonte: Acervo Casa da Memória

Em 1939 iniciaram-se as obras e o prédio foi concluído no final do ano de 1940. A inauguração do Palace Hotel ocorreu em 11 de janeiro de 1941. Inicialmente a EMUSA entregou a administração do hotel para o Sr. Alberto Franze, que juntamente com sua família e equipe de funcionários dirigiram o estabelecimento por vários anos. Naquela época o hotel possuía 120 quartos, 4 apartamentos com banho privativo e um amplo restaurante onde eram servidas as refeições (café da manhã, almoço e jantar). Segundo o Jornal Diário dos Campos, 1941, possuía naquela época serviços bem distribuídos, mobiliário luxuoso, sala de refeições ampla e bem cuidada, assim como um ótimo cardápio. Com a saída da Família Franze em 1945, o Palace Hotel foi arrendado a diversos empresários do ramo hoteleiro que sucederam a direção do hotel.

Figura 4 – Construção do Palace Hotel em 1939



Fonte: Acervo Hotel Planalto

Figura 5 – A construção da 3ª laje do Palace Hotel em 1939



Fonte: Acervo Hotel Planalto

Em 1943 a cidade de Ponta Grossa recebeu em festa a visita do Presidente da República Getúlio Vargas, o qual foi homenageado e aclamado pelos moradores da cidade. Este assistiu o desfile em sua homenagem e

discursou em uma das sacadas do Palace, logo após foi-lhe oferecido um almoço íntimo nas instalações do Hotel.

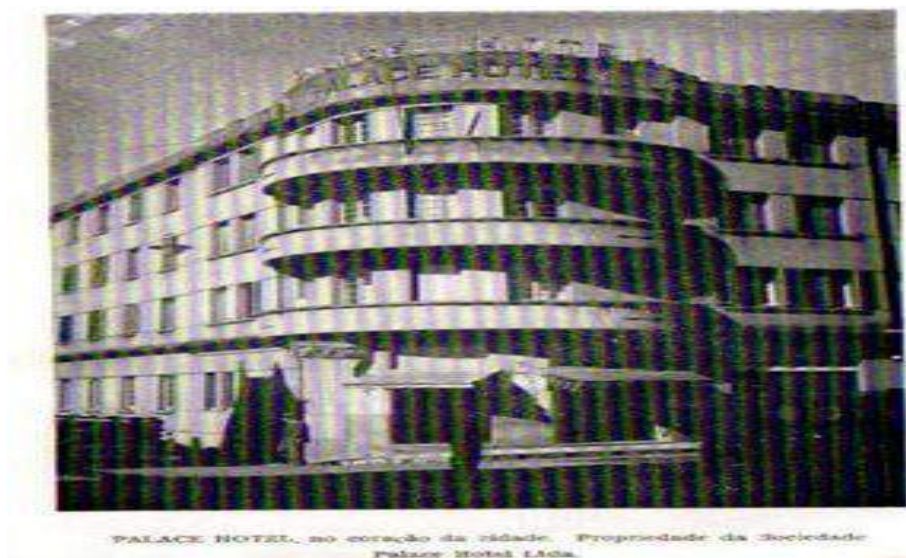
Figura 6 – O ex-presidente Getulio Vargas discursando em uma das sacadas do Palace Hotel



Fonte: Acervo Hotel Planalto

Na década de 60, o empresário pontagrossense Sr. Oscar Diedrichs adquiriu o controle acionário da EMUSA e se tornou o único proprietário da empresa, entregou então a direção do Palace Hotel ao seu cunhado, o Sr. Eugenio Grollman, que passou a responder pelas atividades do hotel.

Figura 7 - O Palace Hotel em 1963



Fonte: Museu Campos Gerais

A partir de 23 de maio de 1973, o Palace Hotel foi adquirido pelos irmãos Wilson e Franklin Wagner. Na época, o hotel já contava com 32 anos de existência e conseqüentemente as suas instalações estavam desgastadas com o tempo. Os irmãos decidiram fazer uma reforma no hotel que foi iniciada em 1975, além das melhorias estruturais, foram reformadas as redes hidráulicas e elétricas, assim como os apartamentos receberam nova decoração e mobiliário. Dos 120 quartos e 4 apartamentos iniciais, o Planalto Palace Hotel passou a ter 75 apartamentos com telefone, banheiro privativo e aquecimento central. Nessa época o restaurante foi extinto e toda a área disponível foi transformada em apartamentos.

O hotel passou a oferecer excelentes serviços de atendimento aos hóspedes, assim como café da manhã, serviço de copa, lavanderia e estacionamento para veículos. A reforma foi concluída em 1976 e o nome do

hotel passou a ser Planalto Palace Hotel. Segundo o Jornal Diário dos Campos de 1975, com a reforma o novo hotel poderia ser equiparado aos mais luxuosos hotéis do Paraná e do Brasil e aos hotéis de classe internacional.

Ainda na mesma entrevista, o Sr Franklin Wagner relatou que Palace Hotel acolheu grande número de visitantes, alguns famosos como os artistas Nelson Gonçalves, Vanusa, Martinho da Vila, Vicente Celestino, Orlando Dias, Emilinha Borba, o grupo de cantores da Família Trapp em 1965 (do filme a Noviça Rebelde) e orquestras internacionais como o Casino de Sevilha e o conjunto de sopro de Hamburgo, Alemanha.

Em 1997 a família Wagner iniciou uma nova fase de reformas do Hotel Planalto, atualizando suas instalações que passaram a ter sessenta e seis apartamentos com TV a cabo, camas Box spring, aquecimento central de última geração, ar condicionado, internet, frigobar, telefone direto DDR (com discagem direta à ramal), janelas anti-ruído, Business Center (escritório virtual com computador, impressora e fax) para os hóspedes e duas amplas salas de reuniões para eventos.

No ano de 2002, o hotel passou novamente por reformas na parte hidráulica e elétrica e também em sua decoração e renovação dos equipamentos. Em 2003 devido ao crescimento na demanda por espaços para eventos, o Hotel Planalto iniciou um investimento nessa área em expansão. Hoje possui nove salas para eventos, com capacidade simultânea para quatrocentas pessoas.

Visando uma melhor identificação e atualização, o estabelecimento passou a ser conhecido como Planalto Hotel & Eventos e conta hoje com cerca

de quarenta funcionários em vários setores como recepção, governança, copa e restaurante, lavanderia e manutenção de equipamentos. O Sr. Franklin Wagner, acredita que: “Por se tratar de uma atividade muito importante, o Planalto Hotel & Eventos prossegue oferecendo um excelente atendimento aos seus hóspedes, sempre atualizado, na certeza de que um cliente bem atendido representa um amigo conquistado, uma parceria ideal em qualquer ramo de atividade comercial”. Reforçando assim a hospitalidade como característica essencial para a prestação de serviços, com uma ligação entre cliente e empresa, que garante benefícios para ambas as partes. O cliente deve ser tratado como um amigo, com a certeza de que pode sentir-se em casa.

Sobre a importância da valorização e a preservação das características do Palace Hotel, acredita-se que formam um diferencial favorável na escolha do cliente, pois o aspecto histórico agrega valor à experiência do hóspede, mantendo assim, viva uma parte da memória do patrimônio e da cidade. Para a Sra. Miraci Wagner, supervisora do Hotel Planalto, “tudo aquilo que é antigo, quando bem conservado, torna o imóvel ainda mais valioso”, e é isso que as pessoas vêm buscando cada vez mais, a autenticidade e a essência dos lugares, aprender com as experiências.

Outra questão que merece destaque nesse contexto, refere-se a preocupação do hotel com as questões sociais da comunidade, neste sentido a Responsabilidade Social também está presente na filosofia de trabalho do Hotel Planalto. Em 2004 a empresa credenciou-se ao Programa Selo Social da Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, além de ter recebido da Fundação ABRINQ (Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedo), o selo de

Empresa Amiga da Criança, sendo hoje o 1º hotel do Brasil a possuir o selo. Em 2005 participou do PAS – Programa de Alimentos Seguros – junto ao SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial) para atender às novas normas da ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária). E entre os anos de 2006 e 2008 investiu em câmeras de monitoramento de todo hotel e fechaduras magnéticas, visando a segurança de seus clientes e na troca de elevador, até então utilizava o terceiro mais antigo da cidade. Também foram implantados programas para a conservação do meio ambiente: troca de toalhas sob demanda e a coleta seletiva de materiais para reciclagem.

A Associação de Hotéis Roteiros de Charme busca associados com características singulares, envolvidos com o meio ambiente, que preocupam-se em atender bem o seu cliente com conforto e paixão em servir, possuindo parceiros éticos e que valorizam o seu patrimônio, características estas que estão presentes no trabalho do Hotel Planalto e serão apresentadas no 3º capítulo.

Capítulo III: Roteiros de Charme

3.1. Hotéis de charme

Charme é uma característica subjetiva, uma sensação de encantamento, atração, preocupação e atenção com detalhes que muitas vezes são percebidos por poucos.

O conceito hotel de charme nasceu na hotelaria em 1990 e refere-se a hotéis localizados em prédios históricos ou de valor cultural. Diferenciam-se dos outros hotéis pelo destaque da história e do patrimônio dos edifícios onde estão instalados. São locais em que a modernidade e o luxo das instalações aliam-se a tradição e a cultura do país ou da região. Geralmente instalados em unidades pequenas e que possuem atenção especial aos detalhes. Também pode ser confundido com hotel boutique ² por preocuparem-se com bom gosto, decoração e atendimento diferenciados e personalizados.

Os hotéis de charme, quase sempre, são opções luxuosas, com muito charme, instalados em castelos, sedes de fazendas, mosteiros ou edifícios antigos com valor histórico, podendo ser encontrados na zona rural e na urbana. A arquitetura é de época e bem conservada por seus donos, cada detalhe é bem decorado com serviços impecáveis, móveis antigos preservados, aposentos confortáveis e gastronomia local. É uma alternativa para quem procura descanso, atendimento personalizado, qualidade nos serviços e características únicas.

² Segundo Campos (2005) os hotéis boutique são hotéis que se caracterizam por decoração e design especiais, hotéis que tem sua própria característica e apresentam serviços diferenciados e atendimento personalizado. Alguns desses hotéis servem de show-room para decoradores e fornecedores de móveis.

As hospedagens de charme são mais encontradas na Europa, por possuir uma maior quantidade de patrimônios culturais e de valor histórico significativo. Os castelos, mansões senhoriais e mosteiros que abrigam esse tipo de estabelecimento são reformados e especialmente decorados, preservando a identidade do local.

Em uma entrevista para a Revista 50 & Mais, Monica Borobia, diretora de meio ambiente da Associação de Hotéis Roteiros de Charme, diz que os hotéis de charme são lugares com personalidade própria e que deles há um grande esforço para manter a harmonia com o entorno. Assim, entende-se que os hotéis de charme querem ser reconhecidos por serem independentes, possuírem serviços e atendimentos diferenciados e características únicas.

Em um artigo, Fluckiger (2005) um historiador e restaurador de hotéis antigos, afirma que:

alguns proprietários de hotéis antigos não possuem o lucro como o principal objetivo, mas sim a manutenção do nome e do prestígio daqueles que fizeram parte da história, tentando reconstituir o “brilho” do hotel através da manutenção, tanto da parte física como da histórica e que na sua maioria são dirigidos por proprietários individuais ou famílias.

Pode-se destacar que o Hotel Planalto hoje é a combinação da tradição com a modernidade, em um mercado onde os turistas procuram por autenticidade. É preciso saber manter a identidade sem desconsiderar o conforto necessário e as novas exigências do cliente.

O Hotel Planalto apresenta características, hoje consideradas singulares como localização central, instalação em um prédio histórico, localização central, atendimento personalizado, preocupação com o cliente e o seu conforto, assim como com a decoração e os detalhes dos ambientes e

desenvolvimento sustentável do meio ambiente, que são valorizadas pela Associação de Hotéis Roteiros de Charme, o que o favorece desta forma para a candidatura e a participação no Roteiro. As características e as propostas que serão apresentadas a seguir.

3.2. A Associação de Hotéis Roteiros de Charme

A Associação de Hotéis Roteiros de Charme foi criada em 1992 por um grupo de empresários hoteleiros. Possui como principais diretrizes: a localização; a autenticidade em relação às características regionais, tais como arquitetura, cultura e costumes; e a qualidade dos serviços, a segurança, o conforto e a gestão ambiental.

Atualmente possui um guia de hotéis, o qual pode ser adquirido sem custo no site da Associação e que auxilia os turistas na escolha dos hotéis de charme brasileiros, além de possuir pacotes para os principais feriados, lua-de-mel e férias, as pessoas podem fazer reservas no próprio site. Por acreditar em parcerias com empresas e instituições, a Associação possui como principais parceiros o Banco Unibanco, a Chandon (Empresa brasileira de espumante), a UNEP (United Nations Environment Programme – Agência criada pelas Nações Unidas para o meio ambiente), Trussardi (Empresa especializada em artigos para cama, mesa e banho), etc.

Em uma entrevista a Revista 50 & Mais, Monica Borobia afirma que a maioria dos hotéis associados ao roteiro não aceita crianças e que o perfil dos hóspedes está entre a faixa etária de 50 e 55 anos, possuem ensino superior completo, são empresários e profissionais liberais exigentes com conforto e qualidade nos serviços, além de ser um público que está disposto a pagar por

tarifas mais altas, que busca locais diferenciados com charme e autenticidade e que valoriza o serviço prestado e a infra-estrutura. Entre os clientes existe uma lista com duzentos nomes de hóspedes freqüentes que avaliam secretamente os membros do roteiro e que podem decidir sobre a exclusão de associados.

Segundo a Associação Roteiros de Hotéis de Charme, os estabelecimentos que fazem parte podem ser classificados com os seguintes nomes de pedras preciosas brasileiras, que ajudam na diferenciação dos serviços que cada estabelecimento oferece:

AMETISTA – um refúgio ecológico onde a decoração e os serviços, simples, guardam identidade com o local;

TOPÁZIO IMPERIAL – um hotel ou pousada muito confortável, bem equipado, aconchegante, com serviços esmerados, estilo e decoração requintados;

ÁGUA-MARINHA – um hotel ou pousada em local agradável, simples e confortável, com serviços que guardam identidade caseira com qualidade cuja decoração reflita a cultura local;

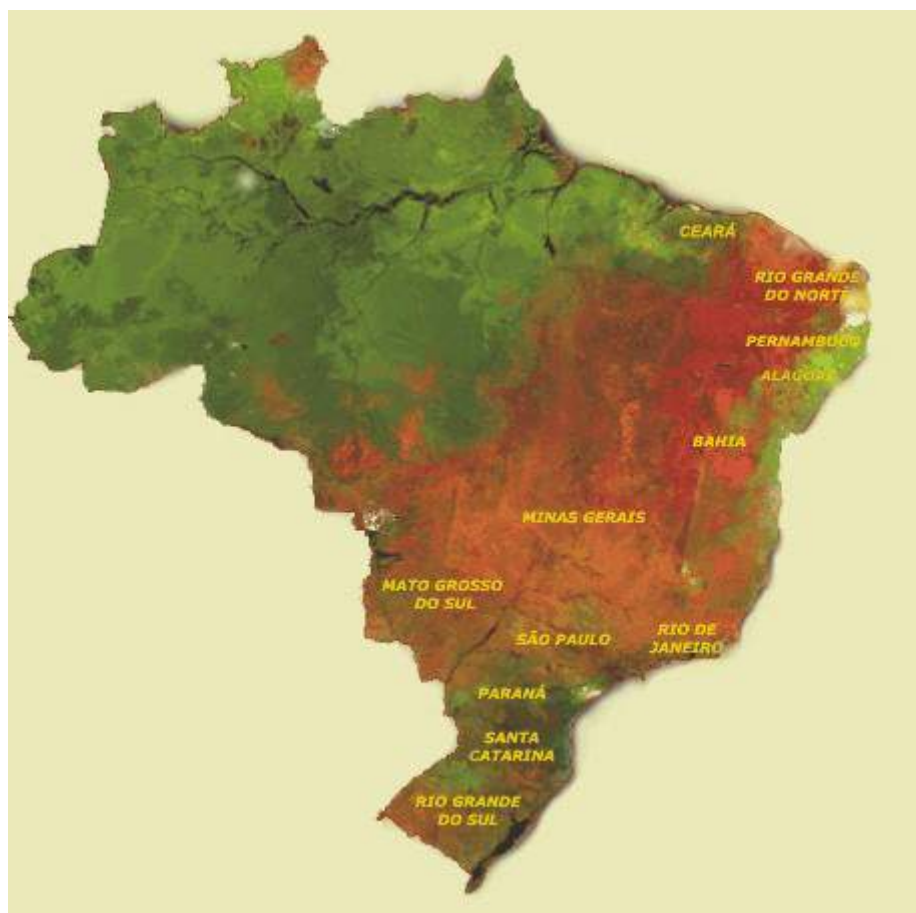
ESMERALDA – um aconchegante hotel ou pousada com conforto, instalações e serviços que atendam os padrões de exigência da tradicional hotelaria internacional.

Além da classificação exclusiva, pela Associação de Hotéis Roteiros de Charme foi criado o Código de Conduta Ambiental, que traça diretrizes com princípios ambientais para o estabelecimento, unindo o desenvolvimento econômico a preservação de recursos naturais. De acordo com Castelli (2006, p.144), para Helenio Waddington, presidente da Associação, “o Código de Conduta Ambiental tem por objetivo conseguir o levantamento, a análise e a redução dos impactos causados pela atividade hoteleira”, características muito discutidas e preocupantes nos dias atuais (Ver anexo A).

3.2.1. Os Hotéis da Associação Roteiros de Charme no Brasil

Vários estabelecimentos se credenciaram evidenciando suas características (históricas, de charme, conforto, localização privilegiada, atendimento) e atualmente fazem parte da Associação de Hotéis Roteiros de Charme. A seguir pode-se identificar no mapa os estados participantes da Associação de Hotéis Roteiros de Charme e na tabela os hotéis associados.

Figura 8 - Estados participantes da Associação de Hotéis Roteiros de Charme



Fonte: Associação de Hotéis Roteiros de Charme

Tabela 2. Hotéis participantes da Associação de Hotéis Roteiros de Charme no Brasil.

ESTADOS	HOTÉIS
<i>Alagoas</i>	Pousada do Toque, São Miguel dos Milagres
<i>Bahia</i>	Pousada Refúgio da Vila, Praia do Forte Hotel Canto das Águas, Lençóis Hotel Pousada Pitinga, Porto Seguro Pousada Estrela D'Água, Porto Seguro
<i>Ceará</i>	Orixás Art Hotel, Trairi
<i>Mato Grosso do Sul</i>	Refúgio Ecológico Caiman, Miranda Hotel Santa Esmeralda, Bonito
<i>Minas Gerais</i>	Fazenda Boa Esperança, Florestal Pousada do Mondego, Ouro Preto Águas do Treme Lake Resort, Inhaúma Pousada Solar da Ponte, Tiradentes Hotel São Gotardo, Itamonte
<i>Paraná</i>	Hotel La Dolce Vida, Tijucas do Sul
<i>Pernambuco</i>	Pousada do Amparo, Olinda Pousada Teju-Açu, Fernando de Noronha Pousada Zé Maria, Fernando de Noronha
<i>Rio de Janeiro</i>	Pousada Riacho, Nova Friburgo Hotel Rosa dos Ventos, Teresópolis Hotel Capim Limão, Petrópolis

	<p>Resort Quinta da Paz, Petrópolis</p> <p>Pousada Les Roches, Petrópolis</p> <p>Hotel Solar do Império, Petrópolis</p> <p>Hotel Pestana Angra, Angra dos Reis</p> <p>Pousada Porto Imperial, Paraty</p> <p>Pousada Enseada das Graças, São Pedro da Aldeia</p> <p>Pousada Pedra da Laguna, Búzios</p>
<i>Rio Grande do Norte</i>	<p>Praia Hotel Manary, Natal</p> <p>Pousada Toca da Coruja, Praia da Pipa</p>
<i>Rio Grande do Sul</i>	<p>Pousada Cravo e Canela, Canela</p> <p>Estalagem La Hacienda, Gramado</p> <p>Estalagem St. Hubertus, Gramado</p> <p>Hotel Parador Casa da Montanha, Cambará do Sul</p>
<i>Santa Catarina</i>	<p>Pousada Ilha do Papagaio, Palhoça</p> <p>Pousada Quinta do Bucanero, Imbituba</p> <p>Pousada da Vigia, Florianópolis</p> <p>Pousada Felíssimo, Balneário Camboriú</p> <p>Parque Hotel Anthurium, Joinville</p> <p>Rio do Rastro Eco Resort, Bom Jardim da Serra</p>
<i>São Paulo</i>	<p>Pousada Fazenda Águas Claras, Itapira</p> <p>Hotel Frontenac, Campos do Jordão</p> <p>Refúgio Ecológico Vale dos Veados, São José do Barreiro</p> <p>Chateau La Villette, Campos do Jordão</p>

	Pousada Quinta dos Pinhais, Campos do Jordão Hotel Recando das Toninhas, Ubatuba Pousada do Capitão, Ilhabela Pousada Solar Singuitta, Ilhabela Ronco do Bugio Pouso e Gastronomia, Piedade Fazenda Capoava, São Paulo Hotel Casa do Lago, Campina do Monte Alegre
--	--

Fonte: Associação de Hotéis Roteiros de Charme

No total existem cinquenta e dois hotéis associados à Associação de Hotéis Roteiros de Charme no Brasil. No estado do Paraná existe apenas um hotel que é o Hotel La Dolce Vita, localizado na Serra do Mar, a 33 quilômetros da capital Curitiba e que possui a classificação Água-Marinha (hotel ou pousada em local agradável, simples e confortável, com serviços que guardam identidade caseira com qualidade cuja decoração reflita a cultura local).

3.2.2. Como candidatar-se a Associação de Hotéis Roteiros de Charme

Não é necessário apenas ser hotel ou pousada para participar da Associação de Roteiros de Charme, deve-se também enquadrar-se a filosofia e as exigências a serem atendidas, respeitando as características de cada um, tornando-as diferenciais. Características do perfil (estas características podem ser conferidas no site da Associação):

- IDENTIFICAR O CHARME

O que importa é o charme, que é uma característica subjetiva, pode ser identificada no bom gosto, atenção com detalhes, paixão de servir, conforto

compatível com as expectativas do hóspede, localização privilegiada, construção adequada ao meio ambiente e à região, características que dão personalidade única ao lugar e ao hotel.

- PERFIL DO CANDIDATO

Após a característica de charme, os outros requisitos para a candidatura, são: o hotel deve estar em funcionamento pelo menos há dois anos sob a mesma administração para que possua um perfil e um padrão nos serviços; Deverá ter de dez a sessenta apartamentos ou suítes (exceção apenas com aprovação unânime da diretoria); Localização em pontos de interesse turístico, ecológico ou histórico.

- INSCRIÇÃO

Ao concluir as duas primeiras etapas, o processo de inscrição inicia com o envio de uma correspondência com carta de intenção, descrição das instalações e dos serviços, fotografias, folhetos e se possuir matérias publicadas em jornais, para o endereço Sede da Associação: Rua Visconde Pirajá, 414 – salas 921 e 922, Ipanema – CEP 22410-002, Rio de Janeiro – RJ.

- AVALIAÇÃO

A avaliação sempre é feita através de uma visita anônima de um diretor. Se a resposta for negativa, a empresa receberá uma correspondência afim. Se a resposta for positiva, a diretoria da Associação entrará em contato direto com os proprietários da empresa para informar os princípios associativos, estatutos e normas da Associação. Após encerrado o contato, a diretoria então classificará o hotel.

- OBSERVAÇÕES

As candidaturas só são analisadas em fevereiro e março de cada ano e são julgadas uma vez por ano, nos meses de junho, julho e agosto quando a diretoria se reúne.

Após participarem da Associação, os hotéis continuam independentes, mas seguindo as normas do estatuto. Os proprietários devem estar envolvidos tanto na administração como no controle de qualidade da empresa.

3.2.3. Vantagens de participar da Associação de Hotéis Roteiros de Charme

Como características principais para participar do Roteiro é necessário que as empresas prestem serviços com hospitalidade, possuindo profissionais bem preparados e boa infra-estrutura, sendo a qualidade e o atendimento seus diferenciais. A participação na Associação de Hotéis Roteiros de Charme proporciona ao estabelecimento padrão nos serviços prestados, reconhecimento no mercado hoteleiro e para os clientes garantia da melhoria da infra-estrutura do hotel para melhor atendê-los.

O marketing é uma ferramenta que auxilia na comercialização do produto e permite ao empreendimento conhecer o mercado, a concorrência e captar as necessidades, desejos e expectativas do cliente, não só do novo público, mas também do atual. Ao inserir-se no roteiro, os hotéis passam a participar de uma marca conhecida no mercado, com público segmentado, facilitando a esses hotéis conhecer o perfil dos clientes, suas características e

necessidades para que então criar e desenvolver estratégias/equipamentos para atender esse público-alvo ou adaptar os serviços que já possui.

A Associação de Hotéis Roteiros de Charme garante aos clientes uma referência segura de hospedagem assim como de qualidade e com a certeza de um empreendimento preocupado e envolvido com a responsabilidade sócio-ambiental.

3.3. Proposta para inserir o Hotel Planalto na Associação de Hotéis Roteiros de Charme

A partir da apresentação das características necessárias para se fazer parte da Associação de Hotéis Roteiros de Charme, pode-se identificar que o Hotel Planalto possui condições de candidatar-se e participar da Associação de Hotéis Roteiros de Charme, pois possui:

Tabela 3. Características dos Hotéis do Roteiro Charme e do Hotel Planalto

CARACTERÍSTICAS DO PERFIL ASSOCIAÇÃO DE HOTÉIS ROTEIRO DE CHARME	CARACTERÍSTICAS HOTEL PLANALTO
Charme	Charme na preocupação com detalhes e decoração
Conforto	Conforto aliado à modernidade, preocupação principal é atender as necessidades do cliente
Localização privilegiada	Localização central, inserido em umas das regiões históricas da cidade combinando com o seu entorno

Preocupação com meio ambiente e cidadania	Participa de projetos como a Fundação Abrinq, faz a coleta seletiva, troca de toalhas sob demanda
Construção adequada ao meio ambiente e à região	Arquitetura diferenciada, prédio preservado que possui valor histórico
Atendimento	Atendimento personalizado, considerado diferencial
Administração há mais de dois anos sob a mesma administração	Mantendo a mesma administração há mais de dois anos, assim possuindo padrão nos serviços
Possuir entre dez e sessenta apartamentos	Sessenta e seis apartamentos bem equipados para atender as principais necessidades do cliente (a quantidade de apartamentos pode ser aprovada como exceção pela diretoria da Associação)
Características históricas	Cenário de histórias locais (como a visita dos ex-presidentes Getúlio Vargas e Juscelino Kubistchek e outras personalidades)

Elaborado pela autora, 2009

Assim, segundo a classificação adotada pela Associação de Hotéis Roteiros de Charme, através das pedras preciosas brasileiras, o Hotel Planalto identifica-se como Água-Marinha: um hotel em local agradável, simples e confortável com serviços que conservam a identidade e refletem a cultura local.

Com autorização e juntamente com a administração e a diretoria do Hotel Planalto, pretende-se inscrever o hotel para candidatura a Associação de Hotéis Roteiros de Charme, pois através deste trabalho pode-se comprovar que possui as diretrizes necessárias de participação e as vantagens que o

roteiro proporciona, valorizando desta forma a sua história, a sua importância e o seu trabalho.

Além da candidatura, existe a idéia da criação de uma Sala da Memória dentro do hotel. Utilizando o acervo de fotos que os proprietários possuem, o mobiliário antigo do hotel e reportagens publicadas em jornais de outras épocas, hoje disponíveis no Museu Campos Gerais e na Casa da Memória, para que hóspedes e comunidade local tenham acesso e possam reviver aspectos da memória histórica da comunidade.

Para Daniel Wagner, atual gerente do Hotel Planalto, a Associação de Hotéis Roteiros de Charme possui qualidade. Ele acredita que com a inserção do Hotel Planalto no roteiro, após feito um estudo das condições e viabilidade da participação, o hotel irá atender um novo público consumidor, diferente do atual que é o de segmento de negócios e eventos e que talvez seja necessário implementar novos serviços e facilidades para agradar a nova demanda, o que pode ser considerada uma vantagem do roteiro. Sobre a idéia da criação da Sala de memória dentro do hotel, ela deve ser estudada e a atual galeria de fotos, que pode ser encontrada no corredor que leva a sala do café, já pode ser considerada o início desta idéia.

3.4. Pesquisa de demanda

As características citadas anteriormente foram comprovadas quando aplicada uma pesquisa com um questionário para que uma parcela de hóspedes do Hotel Planalto pudesse responder. A pesquisa serviu para medir a procura pela hospedagem e os motivos que levam os clientes a buscar o hotel (Ver anexo B).

A pesquisa foi realizada em duas fases, em dias de semana diferentes e respondida por hóspedes habituais e de primeira hospedagem. Sendo aplicado em dias diferentes da semana, pode-se identificar que há segmentação de hóspedes a negócios durante a semana e que o público do fim de semana é de pessoas em busca de lazer, visitando familiares ou para participação em eventos. Clientes entre 20 e 55 anos, homens e mulheres, de profissões diversas (psicóloga, representantes comerciais, técnicos, gerentes, etc). Foram aplicados trinta questionários com obtenção de resposta de apenas vinte e três.

A primeira aplicação do questionário aconteceu durante dois dias do mês de outubro (segunda e terça-feira, nos dias 23 e 24 de outubro de 2009). Foram entregues quinze questionários, os quais nove foram respondidos. Nessa primeira fase concluiu-se que das pessoas entrevistadas:

- * 85% estiveram na cidade a negócios;

- * 80% escolheram o Hotel Planalto pelos seus serviços oferecidos e localização.

Já na segunda aplicação do questionário, em novembro (sábado e domingo, nos dias 21 e 22 de novembro), as repostas foram diferentes, pois os clientes que estiveram presentes possuíam outras motivações e a maioria era novos clientes. Foram distribuídos quinze questionários e os quinze foram respondidos. Como conclusão da segunda fase, pode-se observar que:

- * 65% estiveram na cidade para turismo e lazer;

- * 70% escolheram o Hotel Planalto por indicação de amigos.

Nas questões que eram abertas e não possuíam alternativas, destacou-se o atendimento como o serviço que mais agradou; e como diferencial do hotel a preocupação com a satisfação do cliente e com detalhes de decoração e arquitetura, ressaltando assim a filosofia da empresa e duas das características fortes dos hotéis de charme que é o atendimento personalizado e o próprio charme (encontrado na preocupação com detalhes e decoração). Assim pode-se considerar que com as respostas dos clientes foram comprovadas características para que o Hotel Planalto candidate-se a Associação de Hotéis Roteiros de Charme.

3.5. O Antigo (1975) e o Novo (2009) – Algumas características históricas

Por meio das imagens a seguir pode-se comprovar e comparar a preocupação do Hotel Planalto em proporcionar cada vez mais conforto adequado as exigências de seus clientes, proporcionando maior infra-estrutura e facilidades aos seus hóspedes, sem no entanto, perder suas características arquitetônicas e que o evidenciam como um patrimônio cultural para a cidade de Ponta Grossa.

Figura 9 – Fachada Hotel Planalto em 1975



Fonte: Acervo Museu Campos Gerais

Figura 10 – Fachada Hotel Planalto em 2007



Fonte: Acervo Hotel Planalto

Mantendo a mesma fachada de 1941(Figuras 9 e 10), pode-se notar a diferenças das novas sacadas, as novas janelas com isolamento acústico, os apartamentos com ar condicionado e a localização privilegiada do hotel.

Figura 11- Apartamento Hotel Planalto 1975



Fonte: Museu Campos Gerais

Figura 12 – Apartamento Hotel Planalto 2009



Fonte: Acervo Hotel Planalto

Nos apartamentos nota-se a preocupação com os detalhes e principalmente o conforto em ambas as épocas (Figuras 11 e 12). Hoje o Hotel Planalto busca atender as principais exigências e necessidades de seus clientes, com modernidade, conforto, segurança e facilidades.

Figura 13 – Sala de Estar Hotel Planalto em 1975



Fonte: Acervo Museu Campos Gerais

Figura 14 – Sala de Estar Hotel Planalto em 2007



Fonte: Acervo Hotel Planalto

Nas duas reformas foi proporcionado ao hóspede o que há de melhor em serviços e infra-estrutura (Figura 13 e 14). Atualmente a responsável pela decoração e supervisão do hotel é a Sra. Miraci, que preocupa-se com os detalhes das acomodações, da sala de café da manhã, hall de entrada, sala de estar como das áreas restritas a funcionários. Destaque na foto (Figura 14)

para a decoração com características européias e para a lareira, que funciona através de um sistema de gás, muitos a confundem com uma original, considerada o charme da sala de estar encantando a todos que passam por ali.

Neste capítulo comprovou-se as características e serviços que o Hotel Planalto possui e assim confirmar suas condições para a candidatura a Associação de Hotéis Roteiros de Charme, foi destacada também a importância da preocupação com a preservação do patrimônio, que é essencial para que se mantenha a identidade como diferencial na hospedagem em Ponta Grossa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho apresentou a evolução dos serviços hoteleiros na cidade de Ponta Grossa, focado no desenvolvimento do Hotel Planalto e sua importância histórica para a cidade. Destacou-se também a importância da preservação e da valorização das características e identidade de um patrimônio. Saber reformar sem desconsiderar a essência, aliando tradição e modernidade.

Pode-se perceber a hospitalidade em evidência na preocupação com o cliente, sua satisfação e conforto, características importantes para o Hotel Planalto, por isso as constantes reformas, preocupação com detalhes e decoração (charme) e busca de novos serviços.

Procurou-se destacar a importância da participação no Roteiro para um hotel com as características que o Hotel Planalto possui e que este possui condições de participar da Associação de Hotéis Roteiros de Charme através da apresentação de uma tabela com suas principais características e diferenciais.

Por parte dos diretores e proprietários do Hotel Planalto constatou-se que há interesse pela proposta apresentada, assim como a criação de uma Sala de Memória dentro do hotel, utilizando o acervo de fotos que o hotel possui, mobiliários antigos e reportagens publicadas em jornais de outras épocas.

Este trabalho contribuiu para diferenciar o Hotel Planalto dos demais hotéis pelas suas características e seus serviços e espera-se que este possa

fazer parte da Associação de Hotéis Roteiros de Charme, agregando assim valor ao seu trabalho, admiração das pessoas e conquista de novos clientes.

REFERÊNCIAS

ANSARAH, M. G. R. **Turismo como aprender como ensinar**. São Paulo: Editora Senac, 2004.

Associação de Hotéis Roteiros de Charme. Disponível em: <<http://www.roteirosdecharme.com.br>> Acesso em 20 de julho de 2009.

BARRETTO, M. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. Campinas: Papirus, 2000.

CAMPOS, J. R.V. **Introdução ao universo da hospitalidade**. Campinas: Papirus, 2005.

CANDIDO, I. **Gestão de hotéis**: técnicas, operações e serviços. Caxias do Sul: Educs, 2003.

CASTELLI, G. **Gestão hoteleira**. São Paulo: Saraiva, 2006.

CASTELLI, G. **Hospitalidade**: na perspectiva da gastronomia e da hotelaria. São Paulo: Saraiva, 2006.

DIAS, R. **Turismo e patrimônio cultural** – recursos que acompanham o crescimento das cidades. São Paulo: Saraiva, 2006.

FARIA, A. **Mas afinal, o que é turismo?** Disponível em: <http://www.artigonal.com/turismo-artigos/mas-afinal-o-que-e-turismo-1231313.html> Acesso em 25 de agosto de 2009.

FLUCKIGER, R. **Hotéis investem em mais luxo**. Disponível em <http://www.swissinfo.ch/por/capa/Hotéis_investem_em_mais_luxo.html?siteSect=105&sid=5698128&cKey=1151676394000&ty=st&rs=yes> Acesso em 25 de agosto de 2009.

FONTOURA, C. C. Monografia de curso – Turismo. **A história da hotelaria no município de Ponta Grossa, PR**. Do início do século XX ao início do século XXI. Ponta Grossa, 2003.

FRENETTE, M. e L. M. Hotéis de charme para hóspedes especiais. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/especiais/brasil_2006/p_040.html> Acesso em 15 de setembro de 2009.

GRINOVER, L. Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado. In: DIAS, Celia M. M. **Hospitalidade, reflexões e perspectivas**. São Paulo.

Histórico Fornecido pelo Hotel Planalto Palace.

Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais. Disponível em: <<http://WWW.iepha.mg.gov.br>> Acesso em 15 de setembro de 2009.

Jornal Diário dos Campos. Ponta Grossa, 1939; 1940; 1941.

LUNDBERG. D. In: BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. São Paulo: Papirus, 2003.

MELO, R. V. A. Monografia de curso – Turismo. **Estrutura organizacional hoteleira: o setor de alimentos e bebidas do Hotel Planalto em Ponta Grossa, PR**. Ponta Grossa, 2006.

Ponta Grossa, Álbum de 1963; 1975.

PORTUGUEZ, A. P. **Turismo, memória e patrimônio cultural**. São Paulo: Roca, 2004.

SERSON, F. **Hotelaria: a busca da excelência**. São Paulo: Marcos Cobra, 1999.

SOUZA, A. M. e M. V. M. C. **Turismo: conceitos, definições e siglas**. Manaus: editora Valer, 2000.

Universidade Estadual de Ponta Grossa. Biblioteca Central Prof. Faris Michael. **Manual de normalização bibliográfica para trabalhos científicos**. Ponta Grossa: UEPG, 2005.

Wagner, F. Entrevista concedida a Larissa M. Abou Nouh. Ponta Grossa, 20 de outubro de 2009.

Watanabe, S. **Hospitalidade: uma abordagem para melhoria da qualidade**. Disponível em: <http://www.hospitalar.com/opiniao/opiniao_1176.html> Acesso em 19 de setembro de 2009.

ANEXO A

- **Código de Conduta Ambiental**

"Earth Summit 92" ou "Eco 92"

O plano de ação aprovado pelos Chefes de Estado presentes à Conferência das Nações Unidas, realizado no Rio de Janeiro de 3 a 14 de junho de 1992, considerou que o melhor meio para se atingir as metas de Desenvolvimento Sustentável seria o desenvolvimento, adoção e implementação pelas indústrias de Códigos Voluntários de Conduta Ambiental.

Roteiros de Charme Associação de Hotéis Código de Ética e de Conduta Ambiental

Os Hotéis, Pousadas e Refúgios Ecológicos que fazem parte desta Associação, reconhecendo a necessidade da preservação do meio ambiente para sobrevivência desta e das gerações futuras, considerando que os princípios fundamentais do ambientalismo estão intimamente ligados aos conceitos modernos de eficiência, se comprometem a adotar as posturas ambientais contidas neste Código de Ética e de Conduta Ambiental, que procura um objetivo comum e não o conflito entre a preservação do meio ambiente e o desenvolvimento econômico.

1. Implementação

1. 1. Assegurar o apoio e participação dos principais sócios, diretores e gerentes na implementação deste Código e possibilitar acesso ao programa a todos que prestam serviços à empresa.

1.2. Incorporar os princípios ambientais às práticas administrativas e aos programas de treinamento do pessoal, que deve ser educado para exercer suas atividades de modo ambientalmente responsável .

1.3. Nomear um responsável geral pela gestão ambiental da empresa e designar um responsável para cada aspecto fundamental do programa: energia, água e resíduos.

1.4. Definir as metas ambientais a serem cumpridas, estabelecendo prioridades e prazos para sua aplicação, de acordo com os equipamentos e instalações existentes, localização e condições econômico financeira da empresa.

1.5. Monitorar o progresso do programa e informar aos participantes sobre os resultados alcançados em reuniões periódicas.

1.6. Incentivar a todos que trabalham na empresa a colaborar com o programa, envolvendo inclusive as famílias em concursos de preservação ambiental, premiando os de melhor desempenho.

1.7. Identificar e reduzir o impacto ambiental, no planejamento de novos projetos e construções, visando a preservação do cenário, fauna, flora e cultura locais.

1.8. Fazer um check-list de todos os equipamentos, dos quartos, banheiros e demais dependências, verificando se há impactos ambientais desnecessários ou desperdício de energia e água.

1.9. Controlar e diminuir o uso de produtos adversos ao meio ambiente como asbestos, CFCs, pesticidas e materiais tóxicos, materiais corrosivos, infecciosos, explosivos ou inflamáveis.

1.10. Respeitar os locais e objetos religiosos e históricos, a população local, sua história, tradição e cultura.

1.11 . Minimizar os riscos de impactos ambientais negativos por parte dos hóspedes e visitantes:

- (i) colocando à sua disposição informativos preparados pelo hotel e literatura, sobre a região, fauna, flora e cultura local;
- (ii) reduzindo o tamanho dos grupos;
- (iii) evitando horários de maior concentração de visitantes;
- (iv) evitando visita à áreas ambientais não supervisionadas;
- (v) instruindo os guias para tomarem ações corretivas.

1.12. Implantado o sistema, informar aos hóspedes sobre a adesão do hotel ao programa de proteção ambiental, deixando claro que o sucesso desta iniciativa dependerá, também, da participação dele, e convidando, àqueles que demonstrarem maior interesse, a fazer uma lista de suas observações quanto a impactos ambientais ainda existentes e que, eventualmente, podem ser evitados.

2. Energia

2.1. Conscientização geral da necessidade de economizar energia palavra de ordem que deve constar de todos os manuais administrativos e operacionais da empresa.

2.2. Instituir uma força tarefa de Conservação de Energia, que inclua o Gerente Geral, o responsável no programa ambiental pelo item energia, o chefe da manutenção, e um representante de cada setor da empresa.

2.3. Desenvolver um plano de ação setorial estabelecendo uma data limite para a implantação das ações sem custo e um cronograma de investimentos e de implantação para as ações de baixo custo.

2.4. Desenvolver cronograma de investimento e de implantação para as ações, que apesar de seu custo aparentemente elevado, possam incrementar a conservação de energia e conseqüente redução de custos, priorizando os de maior rapidez no retorno do capital investido.

2.5. Utilizar energia alternativa (solar e eólica), que deve ser incorporada, sempre que possível, no planejamento das novas construções e instalações

2.6. Evitar aquecedores elétricos individuais.

2.7. Utilizar sauna e aquecimento a lenha onde for apropriado.

2.8. Utilizar equipamentos reguladores de consumo de energia.

2.9. Reduzir a iluminação supérflua, com a instalação de controles automáticos como: temporizadores ou sensores de presença, nas áreas de pouco tráfego,

pequenos espaços e em áreas operacionais, e de células foto elétricas, nas áreas externas.

2.10 Substituir as lâmpadas convencionais pelas de baixo consumo, iniciando nas áreas que permanecem iluminadas por períodos mais longos e constantes.

2.11. Reduzir o consumo indireto de energia, oferecendo produtos naturais produzidos na região, especialmente vegetais.

3. Água.

3.1. Avaliar a eficiência do seu hotel quanto ao consumo de água, considerando que dependendo da eficiência no uso das instalações o consumo de água pode variar de 60 a 220 m³ cama/ ano.

3.2. Estimar o consumo de água nos banheiros dos hóspedes, cozinhas, lavanderia, demais áreas de serviço, jardins e piscina.

3.3. Verificar as melhores opções para economizar água, estimando o custo e economia potencial.

3.4. Instalar medidores de consumo nos locais de maior uso.

3.5. Evitar a troca desnecessária de roupa de banho, deixando à decisão dos hóspedes quando ela banho deve ser mudada.

3.6. Incentivar a participação dos hóspedes no programa de redução de consumo de água com aviso de que se a colaboração dele é boa para o hotel é melhor ainda para o meio ambiente.

3.7. Coletar e utilizar a água da chuva, sempre que possível.

3.8. Verificar com frequência a existência de vazamentos inclusive nas piscinas.

3.9. Usar detergentes de menor impacto ambiental e parar de usar desinfetantes e outros agentes químicos desnecessários.

3.10 Desenvolver um plano de ação setorial estabelecendo uma data limite para a implantação das ações sem custo e um cronograma de investimentos e de implantação para as ações de baixo custo.

3.11. Desenvolver cronograma de investimento e de implantação para as ações, que apesar de seu custo aparentemente elevado, possam reduzir o consumo de água e conseqüente redução de custos, priorizando os de maior rapidez no retorno do capital investido.

3.12. Incluir na programação de investimentos a médio e longo prazo:

(i) substituir por duchas e equipamentos de baixa pressão os chuveiros e vasos sanitários;

(ii) instalar sensores infravermelho de presença nas pias;

(iii) substituir o tratamento tradicional de cloro e algacidas por equipamentos de ionização da água.

4. Resíduos sólidos e efluentes

4.1. Adotar, em todos os procedimentos administrativos e operacionais, os "3 Rs" : da consciência ambiental: Reduzir, Reutilizar e Reciclar.

- 4.2. Identificar todas as atividades e locais que geram resíduos sólidos.
- 4.3. Eliminar a queima indiscriminada de lixo e pastos e cessar com o desmatamento e desflorestamento ambientalmente irresponsáveis.
- 4.4. Evitar o uso de produtos descartáveis, tipo "one way".
- 4.5. Analisar o "fluxo" dos resíduos sólidos no Hotel, identificando os principais componentes do lixo produzido: vidro, papel, plástico, matéria orgânica, etc.
- 4.6. Analisar a demanda por materiais recicláveis (sucateiros, "catadores" de papel, vidro, alumínio e instituições de caridade).
- 4.7. Identificar os seguintes aspectos ligados ao lixo:
- (i) quais materiais são recicláveis;
 - (ii) como devem ser coletados - separados ou misturados;
 - (iii) as quantidades mínimas que interessam aos "catadores" e outros.
- 4.8. Determinar pessoal, local, recipientes e equipamentos necessários para a coleta, armazenamento temporário e encaminhamento/descarte dos resíduos.
- 4.9. Desenvolver um Plano de Ação, com um programa de fácil compreensão, levando em consideração regulamentações locais, a ser implementado gradualmente, no qual são estabelecidas metas a serem alcançadas a curto, médio e longo prazo.
- 4.10. Procurar a participação dos vizinhos, compartilhando o local de estocagem e seus custos, quando possível, propiciando atingir volumes que reduzam tempo e periodicidade da coleta.

4.11. Criar um programa de reciclagem de fácil assimilação e aceitação por parte dos dos usuários, mediante clara identificação dos recipientes de lixo, com indicação do tipo de material a ser acondicionado nos mesmos e a colocação do número adequado de recipientes em locais apropriados.

4.12. Envolver os hóspedes no programa, incentivando-os a dele participar através de informativos do hotel.

4.13. Para os novos projetos situados nas regiões não atendidas por rede de esgoto municipal, dar preferência a instalação de fossas ecológicas.

4.14. Adicionar bactéria consumidora de material orgânico à fossa tradicional minimizando o impacto ambiental.

4.15. Eliminar qualquer vazamento de esgoto não tratado ou químicos prejudiciais a saúde, no mar, rios e, principalmente, perto de nascentes de água e reservatórios de água.

4.16. Estabelecer procedimentos e monitorar o vazamento de produtos químicos e óleos estocados.

4.17. Monitorar a qualidade da água usada descarregada fora das fossas e do sistema de esgoto.

4.18. Cuidar que o CFCs sejam recolhidos dos equipamentos descartados, dando uma destinação final adequada aos mesmos.

4.19. Eliminas as fontes de ruído tomando as ações necessárias para eliminar a poluição sonora, principalmente, à noite.

4.20. Incluir na programação de investimentos a médio e longo prazo:

- (i) instalar filtros de carbono nos exaustores das cozinhas e equipamentos para tratamento da água;
- (ii) substituir os gases refrigerantes por tipos que não prejudiquem a camada de ozônio.

Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, 1987

Desenvolvimento Sustentável

Satisfação das necessidades do presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras.

ANEXO B

- Questionário

QUESTIONÁRIO DE DEMANDA HOTEL PLANALTO

- **IDADE:** _____
- **SEXO:** () MASCULINO () FEMININO
- **PROFISSÃO:** _____
- **MOTIVAÇÃO NA CIDADE:**
 () NEGÓCIOS/TRABALHO () TURISMO E LAZER
 () APENAS PASSAGEM () CONVENÇÃO
- **POR QUE DA ESCOLHA DO HOTEL?**
 () LOCALIZAÇÃO () VALORES () INDICAÇÃO DE
 EMPRESA/AMIGOS
 () SERVIÇOS OFERECIDOS [internet, café da manhã, atendimento,
 acomodações, etc]
 () HÓSPEDE FREQUENTE () INTERNET () PLACAS
- **SERVIÇOS QUE MAIS AGRADARAM:**
 Comente:

- **DIFERENCIAL DO HOTEL:**
 Comente:

**Organizado e aplicado pela autora